

# Peningkatan Keterampilan Pelaku Usaha Pariwisata Berbasis Edutourism Melalui Storynomic Tourism di Desa Wisata Ciburial

Septy Indrianty<sup>1\*</sup>, Enok Maryani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonimi Pariwisata YAPARI

<sup>2</sup>Universitas Pendidikan Indonesia

\*Corresponding author, e-mail: [septyindrianty19@gmail.com](mailto:septyindrianty19@gmail.com).

## Abstrak

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan di Desa Ciburial, Bandung, dengan tujuan untuk mengidentifikasi potensi Desa Wisata Ciburial serta mengembangkan model pelatihan edutourism berbasis Storynomic Tourism, mengingat penerapan konsep ini yang belum optimal di desa tersebut. Pelatihan ini melibatkan pelaku usaha, masyarakat, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dan aparat desa, menggunakan metode observasi untuk menggali potensi edutourism serta wawancara untuk mengevaluasi pemahaman mereka terhadap Storynomic Tourism. Teknik pelatihan yang digunakan meliputi ceramah, demonstrasi, dan diskusi interaktif yang dirancang untuk memecahkan masalah dan menemukan solusi yang tepat. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa potensi wisata Desa Ciburial sangat besar untuk dikembangkan menjadi wisata edukasi melalui pendekatan Storynomic Tourism. Pendekatan ini secara umum berhasil memotivasi masyarakat untuk berperan aktif dalam pengembangan pariwisata, yang pada akhirnya memberikan pengalaman bermakna bagi wisatawan dan berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisata.

**Kata Kunci:** Desa Wisata; Storynomic Tourism; Wisata Edukasi.

## Abstract

This community service activity was conducted in Desa Ciburial, Bandung, to identify the potential of Desa Wisata Ciburial and develop an edutourism training model based on Storynomic Tourism, given that the application of this concept has not yet been optimized in the village. The training involved business operators, the community, the tourism awareness group (Pokdarwis), and village officials, utilizing observation methods to explore edutourism potential and interviews to assess their understanding of Storynomic Tourism. Training techniques included lectures, demonstrations, and interactive discussions designed to address problems and find appropriate solutions. The training results indicated that Desa Ciburial has significant potential to be developed into an educational tourism destination through the Storynomic Tourism approach. This approach generally succeeded in motivating the community to actively participate in tourism development, ultimately providing meaningful experiences for tourists and positively impacting the increase in visitor numbers.

**Keywords:** Educational Tourism; Storynomic Tourism; Village Tourism.

**How to Cite:** Indrianty, S. & Maryani, E. (2024). Peningkatan Keterampilan Pelaku Usaha Pariwisata Berbasis Edutourism Melalui Storynomic Tourism di Desa Wisata Ciburial. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(3), 404-411.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2024 by author.

## Pendahuluan

Desa wisata Ciburial memiliki potensi besar dalam industri pariwisata, terutama dengan daya tarik yang meliputi keindahan alam, peternakan (seperti budi daya lebah dan peternakan sapi), pertanian (keberagaman produk sayuran), kerajinan (produk dari bambu dan kain perca yang dapat disajikan kepada wisatawan), serta kesenian (permainan tradisional dan tradisi upacara adat yang masih dilestarikan). Untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan strategi inovatif yang dapat meningkatkan pengalaman wisatawan sekaligus memperkuat keterampilan pelaku usaha pariwisata. Salah satu pendekatan yang menjanjikan adalah melalui *Storynomic Tourism*, yang menggabungkan unsur cerita dengan aspek ekonomi dalam destinasi wisata berbasis edutourism.

Namun, penerapan *Storynomic tourism* di Desa Wisata Ciburial masih terbatas belum dikemas dengan baik. Keterampilan pelaku usaha dalam mengemas cerita wisata secara menarik perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan yang mendalam untuk mengembangkan *Storynomic tourism* yang terkait dengan *edutourism* di desa ini.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk memahami potensi Desa Wisata Ciburial dan memperkenalkan konsep edutourism serta *storynomic* kepada masyarakat. Tujuannya adalah menambah wawasan wisatawan tentang desa, serta memastikan masyarakat mampu menyusun paket wisata berbasis edutourism yang menarik dan bermanfaat untuk pengembangan desa.

Desa Wisata berkembang dengan keyakinan bahwa pesona alam dan pelestarian lingkungan merupakan daya tarik utama yang mampu memikat para wisatawan. Pengembangan Desa Wisata tidak hanya membuka peluang ekonomi bagi penduduk setempat, tetapi juga menjadi bentuk kebanggaan terhadap warisan budaya dan tradisi lokal. Seni tradisional, pertunjukan lokal, dan festival budaya adalah bagian integral dari kehidupan desa ini, yang dijaga dan ditampilkan dengan kebanggaan untuk menghidupkan kembali kekayaan budaya yang telah lama tersimpan dalam Sejarah (Edison et al., 2024).

Pentingnya kemajuan desa wisata tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi. Desa wisata yang berkembang dengan baik juga mampu memberikan manfaat sosial dan lingkungan. Masyarakat setempat dapat terlibat aktif dalam industri pariwisata, meningkatkan keterlibatan komunitas, dan mempertahankan kearifan lokal serta tradisi budaya (Riyanti et al., 2024).

Mempelajari keberhasilan Desa Wisata lainnya memberikan wawasan berharga untuk pengembangan Desa Wisata di masa depan. Pengalaman dan pembelajaran dari desa-desa yang telah sukses dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan menganalisis kasus-kasus sukses tersebut, Desa Wisata lain dapat menyesuaikan pendekatan yang sesuai dengan kondisi dan potensi lokal mereka sendiri. Dengan demikian, pembangunan Desa Wisata bukan hanya sekadar mengikuti tren, tetapi juga menciptakan keberlanjutan yang mendasar dalam pengembangan pariwisata lokal (Edison et al., 2024).

Pariwisata telah menjadi lokomotif penghasil devisa dan membuka peluang kerja. Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO, 2019) merilis jumlah wisatawan mencapai 1,4 milyar tumbuh sebanyak 5 %. Pendapatan ekspor telah tumbuh hingga USD 1,7 triliun. Hal ini didorong oleh ekonomi global yang relatif kuat, kelas menengah yang tumbuh di negara berkembang, kemajuan teknologi, model bisnis baru, biaya perjalanan yang terjangkau dan fasilitasi visa. Pariwisata telah mendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi, mendorong penciptaan lapangan kerja dan berfungsi sebagai katalis untuk inovasi dan kewirausahaan. Singkatnya, pariwisata membantu membangun kehidupan yang lebih baik bagi jutaan orang (Maryani, 2020).

Tentunya keberhasilan pariwisata tidak terlepas dari daya tarik wisata, “Daya tarik wisata terdiri dari berbagai elemen yang membuat suatu objek atau destinasi wisata menjadi menarik bagi pengunjung. Faktor-faktor yang berperan dalam daya tarik ini mencakup keindahan alam, warisan budaya, keunikan geografis, situs bersejarah, acara budaya, kegiatan olahraga, serta berbagai hal lain yang menarik minat wisatawan. Daya tarik wisata ini memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan seseorang untuk mengunjungi suatu objek atau destinasi wisata” (Edison et al., 2024).

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu disuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan (Utama, 2016).

Salah satu daya tarik bagi wisatawan yang datang ke Indonesia adalah perdesaan. Perdesaan merupakan destinasi yang dapat memberikan nuansa berbeda dengan perkotaan. Kehidupan desa bukan saja memberikan pengalaman yang berbeda dengan kota, tetapi dipandang sebagai upaya menciptakan keseimbangan kehidupan. Pembangunan ekonomi desa berperan dalam pengembangan nilai kemanusiaan dan lingkungan. Desa dapat memberikan tempat yang memberikan kepuasan atau refreshing, serta pembelajaran banyak hal khususnya tentang konservasi lingkungan dan budaya (Nugroho, 2016). Pengembangan desa wisata, telah menjadi alternatif pembangunan ekonomi lokal, dan telah diterapkan di

---

berbagai daerah (Tyas & Damayanti, 2018). Menurut Damanik (2009) mengemukakan bahwa pengembangan desa wisata dilakukan dengan berbasis pada potensi yang dimiliki masyarakat pedesaan, desa wisata diharapkan akan mendorong tumbuhnya berbagai sektor ekonomi berbasis masyarakat seperti industri kerajinan, industri jasa-perdagangan, dan lainnya.

Wisatawan dapat belajar tentang kehidupan perdesaan melalui berbagai budaya yang sifatnya tampak (*tangible*) dan tidak tampak (*intangible*), sehingga desa wisata dapat menjadi bagian dari edutourism. Edutourism “*is a part of sustainable tourism. The focus is on travelling to the other places in certain time in order to get the knowledge, experience, and skill* (Ojo & Yusof, 2013). Hal ini sejalan dengan Saepudin et al. (2019), wisata pendidikan merupakan konsep wisata yang menyuguhkan pepaduan antara konsep pendidikan nonformal dengan wisata (hiburan) kepada wisatawan. Dalam konsep ini, selain mendapatkan hiburan (rekreasi) wisatawan juga memperoleh pengalaman belajar dengan metode yang menyenangkan.

Mengembangkan desa wisata berbasis edutourism, harus melalui kajian khusus agar partisipasi masyarakat dapat optimal dan dampak negatif pariwisata seperti konflik kepentingan antarwarga desa dapat dihindarkan dan efek peniruan yang negatif pun dapat diminimalisir. Desa Ciburial merupakan salah satu desa wisata di Kabupaten Bandung yang wilayahnya berbatasan langsung dengan Kota Bandung. Desa ini telah ditetapkan sebagai Desa Wisata berdasarkan Keputusan Bupati Bandung Nomor : 556.42/ Kep. 71-Dispopar/ 2011 Tentang Penetapan Desa Wisata Di Wilayah Kabupaten Bandung. Menurut Edison et al., (2024), Desa Wisata Ciburial, yang berada di Kecamatan Cimenyan dan sering disebut Dago, terdiri dari 12 Rukun Warga (RW). Setiap RW memiliki potensi dan keunikan masing-masing.

Desa Ciburial merupakan desa yang berbatasan langsung dengan Kota Bandung, bernuansa pegunungan dan pertanian. Desa Ciburial memiliki daya tarik yang bernilai edutourism atau wisata edukasi. Potensi yang ditawarkan Desa Wisata Ciburial salah satunya adalah edukasi mengenai pertanian dan peternakan. Wisatawan dapat mendapatkan edukasi mengenai bercocok tanam (bertani dan berkebun), perah sapi, peternakan lebah madu, pengolahan tahu, dan berbagai produk olahan UMKM. Keseluruhan hasil produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan memiliki nilai jual yang tinggi. Selain itu, Desa Wisata Ciburial memiliki keindahan alam dan kaya akan tradisi dan budayanya. Salah satu wisata alam yang sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Tebing Keraton. Masyarakat Desa Ciburial masih tetap melestarikan tradisi budaya dari nenek moyang, diantaranya kesenian dan juga upacara adat yang masih tetap dijalankan.

Menurut Sharma (2015), dalam wisata edukasi perlu diterapkan prinsip 3E agar wisatawan dapat memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru disamping kesenangan di tempat wisata, diantaranya: (a) Faktor lingkungan (*environmental factor*), lingkungan harus nyaman dan mendukung kelancaran aktifitas wisata. Untuk menciptakan kenyamanan dalam berwisata, harus didukung dari lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Lingkungan fisik dapat berupa suasana alam yang asri, lingkungan yang bersih dan jauh dari polusi dan sampah. Sedangkan lingkungan sosial berupa sikap masyarakat dalam menerima dan melayani tamu. (b) Keikutsertaan (*engagement*), berpartisipasi aktif dan terlibat dalam kegiatan wisata. Wisatawan dilibatkan dalam kegiatan agar mereka lebih mampu menyerap ilmu dan pesan yang disampaikan, sehingga mereka dapat mempraktekan dalam kehidupan sehari-hari. Keterlibatan wisatawan dalam setiap kegiatan merupakan inti dari proses pembelajaran. (c) Eksplorasi (*exploration*), wisatawan dapat menggali informasi yang dibutuhkan dengan melihat langsung objek tersebut di lapangan.

Pengembangan desa wisata diharapkan akan mendorong tumbuhnya berbagai sektor ekonomi berbasis masyarakat seperti industri kerajinan, industri jasa-perdagangan, dan lainnya. Diversifikasi produk desa diharapkan dapat menahan arus urbanisasi dan meningkatkan pendapatan masyarakat desa. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, tentunya dibutuhkan rencana pengembangan yang dapat berdampak pada kemajuan dan ekonomi di Desa Ciburial. Salah satu strategi yang dapat dilakukan sebagai bentuk promosi dan pengembangan dari suatu destinasi adalah dengan pendekatan *storynomic tourism*. Menurut McKee & Gerace (2018) menjelaskan bahwa *storynomic* adalah pemasaran berbasis cerita di dunia *post-advertising*, dimana pendekatan dilakukan menggunakan teknik berbicara dalam sebuah konten yang kreatif. Pendekatan *storynomic tourism* akan membantu membangun imajinasi dan interpretasi wisatawan di objek wisata (Sari et al., 2022). Salah satunya *storynomic* di Desa Wisata Ciburial yang dapat mengangkat cerita legenda atau sejarah.

Desa Ciburial memiliki nilai historis, geografis, dan budaya yang dapat diceritakan kepada wisatawan sekaligus wisatawan memperoleh pengetahuan dan pengalaman dari wisata edukasi. Dengan penyampaian *story telling* yang baik oleh pelaku usaha atau *tour guide* di Desa wisata ciburial dapat memberikan nilai lebih dan apresiasi karena akan meningkatkan awareness dan experience wisatawan. Hal ini sejalan dengan Murti et al. (2022) yang menyatakan bahwa suatu destinasi yang mempunyai cerita sejarah memiliki potensi dikembangkan dengan pendekatan *storynomic tourism* untuk menarik tourist berkunjung. Dalam hal ini, cerita yang disampaikan dengan menarik dapat membuat wisatawan untuk berkunjung dan menghabiskan waktu di tempat wisata lebih lama. Diharapkan dengan mengusung pendekatan *storynomic* dapat mempromosikan Desa Ciburial melalui *word of mouth* dapat menyebarkan informasi mengenai Desa Wisata Ciburial yang

berbasis Edu Tourism atau wisata edukasi, sehingga akan berdampak pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.

Sayangnya, pelaku usaha ataupun masyarakat di Desa Ciburial belum memahami dan memanfaatkan potensi Desa Ciburial sebagai wisata edukasi. Sejauh ini, dalam mempromosikan Desa Ciburial sebagai desa wisata edukasi belum optimal. Informasi Desa Wisata Ciburial disebarluaskan melalui media sosial dan website belum dikelola dengan baik konten yang disampaikan belum terupdate. Sedangkan dalam pendekatan *storynomic tourism* melalui story telling kepada wisatawan belum diimplementasikan. Padahal, "Konsep Storynomic Tourism adalah pendekatan menarik dalam industri pariwisata. Namun, saat ini masih sedikit objek wisata yang berhasil mengembangkan konsep ini dengan baik, termasuk di Desa Wisata Ciburial" (Edison & Kartika, 2024).

Secara harfiah, *storynomics tourism* sudah akrab dengan keseharian wisatawan nusantara. Singkatnya, *storynomics* adalah pendekatan pariwisata yang mengedepankan narasi, konten kreatif, *living culture*, dan menggunakan kekuatan budaya sebagai nyawa dari destinasi (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021).

Konsep *storynomics* adalah komunikasi promosi di sektor pariwisata berkualitas yang dapat meyakinkan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata. Cerita menarik di balik destinasi wisata akan membuat wisatawan berkunjung lebih lama, eksplorasi daerah wisata dengan maksimal, memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru hingga akhirnya memberikan testimonia atau rekomendasi kepada orang lain (Binus University, 2021). Promosi desa wisata dengan mengusung konsep *storynomics tourism* diharapkan agar wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata dapat memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keunikan daya tarik wisata di Desa, sehingga wisatawan dapat menceritakan pengalaman berliburnya dan terjadi rekomendasi *word of mouth* (Arini et al., 2022).

## Metode Pelaksanaan

Kegiatan PkM dilakukan di Desa Ciburial, Bandung yang dilakukan 6-7 Oktober 2023 yang melibatkan 20 responden yang mewakili beberapa perwakilan yang terdiri dari pokdarwis selaku pengelola pariwisata, pelaku usaha UMKM di Desa Ciburial, masyarakat dan juga aparat desa. Responden ini dipilih sebagai sasaran dengan tujuan adanya keterkaitan dengan wisatawan yang berkunjung ke Desa Ciburial untuk mendapatkan informasi yang seragam dan tepat. Kegiatan terbagi menjadi beberapa tahap, yaitu observasi lapangan untuk melihat potensi *edu tourism*, sebagai data pendukung dilakukan wawancara dengan beberapa tokoh, pokdarwis dan masyarakat untuk menggali pemahaman mengenai *edu tourism* dan *storynomic*.

Metode yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi *Edu tourism* dan *Storynomic Tourism* ini dilakukan dengan 3 cara, yaitu: (1) Ceramah. Narasumber menyampaikan materi dengan menggunakan media PPT yang menampilkan video interaktif mengenai contoh wisata edukasi dan story telling. Materi yang disampaikan meliputi: apa itu *edu-tourism*, *edu-tourism* sebagai bagian dari *sustainable tourism*, potensi *edu-tourism* di Desa wisata Ciburial, peluang usaha *edu tourism*, story telling, dan implementasi *edutourism* di Ciburial. (2) Demonstrasi. Setelah mendapatkan materi, peserta pelatihan diberikan gambaran dan contoh real implementasi *Edu-tourism* di Desa wisata Ciburial. Selanjutnya, salah satu pelaku umkm di Ciburial diberikan kesempatan untuk dapat menjelaskan produknya untuk dapat dijadikan wisata edukasi dengan membuat narasi mengenai produk yang dikelolanya. Contohnya; pelaku kerajinan awi dapat melibatkan pengunjung atau wisatawan dalam pembuatan produknya. Contoh lainnya pemilik peternakan budi daya madu, dapat melibatkan wisatawan dalam melihat proses tahapan perkembangbiakan madu, dan seterusnya, dan salah satu anggota pokdarwis menceritakan mengenai sejarah mengenai tebing keraton dan wisata alam lainnya yang ada di desa ciburial. Dimensi interpretasi yang mencakup kejelasan, akurasi, informatif relevan, dan valid (Indrianty & Agoes, 2022). Selain itu peserta diberikan pemahaman mengenai struktur dalam story telling yang dilakukan mencakup orientasi, komplikasi, dan resolusi. (3) Diskusi dan Tanya jawab. Peserta dipersilahkan untuk bertanya mengenai materi yang telah disampaikan, mengajukan pertanyaan jika ada yang tidak dimengerti. Diskusi dilakukan untuk memecahkan masalah yang ditemukan di lapangan dan mencari solusi. Tujuan dari pelatihan ini yaitu untuk dapat saling memotivasi dalam mengimplementasikan *edu-tourism* dan membuat narasi dalam bercerita mengenai potensi atau destinasi yang dimiliki desa ciburial. Setelah itu kegiatan ditutup dengan memberikan quiz kepada peserta.

Media yang digunakan dalam *Storynomic* ini adalah materi interpretasi dan modul yang berisi gambar dan deskripsi terkait wisata *edutourism* kepada peserta. Sehingga media ini dapat dijadikan contoh dalam mengimplementasikan *storynomic tourism* di Desa Wisata Ciburial.

---

## Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dijelaskan dalam beberapa aspek. Kegiatan pelatihan digambarkan pada penjelasan sebagai berikut:

### Masyarakat Mengetahui Potensi Desa Wisata Ciburial

Desa Ciburial memiliki beragam potensi wisata yang menarik minat wisatawan, khususnya dalam bidang wisata edukasi. Desa ini menawarkan berbagai jenis edu wisata, termasuk ecotourism, heritage tourism, rural tourism, dan community tourism, yang semuanya memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Potensi utama Desa Ciburial meliputi keindahan alam, peternakan, seperti budidaya lebah dan peternakan sapi; pertanian, dengan keberagaman produk sayuran yang menarik; kerajinan, terutama dari bambu dan kain perca; serta kesenian, yang berfokus pada pelestarian kesenian tradisional, permainan, dan upacara adat. Semua potensi ini menjadikan Desa Ciburial sebagai destinasi wisata edukasi yang sangat potensial. Wisatawan bukan hanya saja berwisata namun juga dapat mendapatkan pengalaman berupa edukasi yang dapat ditawarkan oleh Desa wisata Ciburial. Dengan melibatkan pengunjung dalam kegiatan wisata dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke Desa Wisata Ciburial

### Masyarakat Mengetahui Konsep Edutourism dan Storynomic

Melalui pelatihan yang komprehensif dan didukung oleh contoh-contoh konkret, masyarakat Desa Ciburial dapat memahami konsep *edutourism* secara mendalam. Pelatihan ini juga membekali mereka dengan keterampilan dalam membangun *storynomic tourism*, yaitu menciptakan cerita-cerita menarik yang dapat memperkaya pengalaman wisatawan saat berkunjung. Pendekatan ini menjamin bahwa cerita yang disampaikan kepada wisatawan akan memiliki keseragaman baik dalam narasi maupun cara penyampaiannya. Oleh karena itu, peserta pelatihan diberikan pemahaman yang dijadikan acuan dalam memberikan interpretasi sebuah narasi, diantaranya harus mencakup kejelasan, akurasi, informatif, relevan dan valid. Dengan demikian, setiap pengunjung akan mendapatkan wawasan yang konsisten dan memikat, sehingga memperkuat daya tarik wisata Desa Ciburial.

### Pemahaman Masyarakat Atas Manfaat Dari *Edutourism* dan *Storynomic*

Penerapan konsep *edutourism* melalui pendekatan *storynomic tourism* di Desa Ciburial membuka peluang besar bagi masyarakat lokal untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan pariwisata. Keterlibatan mereka dalam berbagai kegiatan wisata, seperti menjadi pemandu wisata, bahkan dapat mengarah pada profesionalisme dalam peran tersebut. Dengan pemahaman mendalam tentang interpretasi dan *storytelling*, masyarakat setempat dapat meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Dengan teknik *storytelling* yang tepat dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mempromosikan daya tarik wisata di Desa Ciburial kepada wisatawan. Selain itu, pendekatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan perekonomian desa, tetapi juga memberdayakan komunitas lokal dalam memperkaya pengalaman wisatawan. adapun manfaat dari wisata edukasi yang dimiliki oleh Desa wisata Ciburial dan implementasi *storynomic* yang tepat dapat meninggalkan pengalaman yang mengesankan bagi wisatawan dan wisatawan akan memberikan rekomendasi secara *word of mouth*.

### Menambah Wawasan Wisatawan

Dengan menerapkan konsep *edutourism* melalui pendekatan *storynomic tourism*, wisatawan mendapatkan pengalaman yang mendalam dalam memahami nilai-nilai budaya dan kearifan lokal di Desa Ciburial. Pendekatan ini memperkaya wawasan wisatawan tentang *edutourism* melalui penyajian cerita yang menarik dan edukatif. Selain meningkatkan apresiasi terhadap tradisi dan budaya lokal, konsep ini juga menjadikan kunjungan wisatawan lebih bermakna dan berkesan, sehingga menciptakan pengalaman yang tak terlupakan. *Storynomic* yang dapat ditawarkan kepada wisatawan dapat dilihat dari berbagai aspek, diantaranya menceritakan mengenai profil tempat yang meliputi geografis dan demografis, Kisah-kisah yang memiliki nilai sejarah seperti asal usul daerah, usia tempat, dan lain-lain. Selain itu dapat juga dihelaskan terkait daya tarik yang tersedia, misalnya tempat-tempat yang menarik, adat istiadat, sistem kemasyarakatan, produk khas yang tersedia seperti makanan/minuman khas, hasil budi daya, dan lain-lain.

### Masyarakat Mampu membuat Paket Wisata Berbasis Edutourism

Setelah memahami konsep *edutourism* dan menggali potensi lokal, masyarakat Desa Ciburial kini mampu membuat paket wisata berbasis *edutourism*. Untuk mengembangkan desa menjadi destinasi edu wisata yang menarik, penting untuk merancang paket wisata yang terintegrasi dengan baik. Paket ini harus mencerminkan kekayaan budaya, tradisi, dan kearifan lokal Desa Ciburial.

Pengembangan paket wisata *edutourism* yang efektif dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung, sekaligus memperkaya pengalaman mereka. Dengan penawaran yang menarik dan terencana,

Desa Ciburial dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata edukatif, memberikan nilai tambah bagi pengunjung dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini menunjukkan hasil yang positif. Masyarakat sangat termotivasi untuk memahami pentingnya elemen "story" dalam sebuah produk, yang dapat meningkatkan nilai ekonominya serta mendukung pengembangan wisata edukasi di Desa Wisata Ciburial. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mempelajari materi yang disampaikan oleh para narasumber, yang terlihat saat mereka mencoba menarasikan dan menceritakan produk mereka sebagai bagian dari wisata edukasi. Dukungan dari aparat desa, pelaku wisata, pelaku UMKM, dan masyarakat setempat sangat signifikan, terbukti dari banyaknya peserta yang hadir dan aktif dalam sesi tanya jawab dengan berbagai pertanyaan terkait materi yang diberikan. Setelah pelatihan, tim kami membagikan angket kepada aparat desa, pokdarwis, pelaku usaha, dan masyarakat untuk menilai pemahaman mereka tentang edukasi wisata. Hasilnya menunjukkan kepuasan peserta terhadap sosialisasi ini dan kemudahan dalam memahami materi. Diharapkan, dengan adanya pelatihan ini, masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dapat mengimplementasikan wisata edukasi di Desa Wisata Ciburial menggunakan konsep *storynomic tourism*. Dalam jangka panjang, diharapkan mereka dapat mengembangkan paket wisata berbasis edukasi, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada perekonomian lokal.

Penerapan yang dilakukan dalam kegiatan PkM ini sejalan dengan [Indrianty & Agoes \(2022\)](#) menyatakan interpretasi yang disampaikan dengan *story telling* dapat memberikan pengaruh terhadap pengalaman wisatawan dan juga persepsi wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata. Jika pendekatan *storynomic tourism* ini dapat dilakukan dengan optimal, maka dapat meningkatkan promosi Desa Ciburial sehingga akan berdampak terhadap tingkat kunjungan. Bahkan dalam penelitian yang dilakukan oleh [Edison & Kartika, 2024](#)) yang menyatakan bahwa, Dalam pengembangan destinasi wisata, *Storynomics Tourism* merupakan pendekatan penting yang terus mengalami kemajuan. *Storynomics* mengedepankan praktik bisnis yang berfokus pada narasi untuk meningkatkan hasil ekonomi.

Penelitian [Putu, Sukmadewi, & Singaraja \(2021\)](#) menunjukkan bahwa salah satu strategi pengembangan destinasi wisata yang sedang berkembang saat ini adalah *Storynomics Tourism*. [McKee & Gerace \(2018\)](#) menjelaskan bahwa, *Storynomics* mengacu pada praktik bisnis yang berfokus pada narasi untuk meningkatkan hasil ekonomi. Penelitian [Arini et al., 2022](#)) menganalisis tentang *storynomics tourism* yang diarahkan sebagai cara baru untuk mempromosikan keunikan-keunikan daya tarik wisata yang terdapat di Desa Wisata dengan menceritakan tradisi lisan termasuk sejarah dan nilai-nilai budaya dari kearifan lokal yang terkandung didalamnya. Dalam kegiatan pelatihan dijelaskan terlebih dahulu mengenai konsep dari *edutourism* dan *storynomic*. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan**

Setelah mendapatkan pemahaman mengenai konsep dari *edutourism* dan *storynomic*, salah satu peserta diminta untuk mendemonstrasikan dalam memberikan narasi mengenai salah satu produk budi daya madu. Peserta menjelaskan mulai dari proses sampai produksi. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 2. Budidaya Lebah Madu**

Pentingnya *storynomic* ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Edison & Kartika (2024) yang menyatakan bahwa, Dalam pengembangan destinasi wisata, Storynomics Tourism merupakan pendekatan penting yang terus mengalami kemajuan. Storynomics mengedepankan praktik bisnis yang berfokus pada narasi untuk meningkatkan hasil ekonomi.

Penelitian Putu, Sukmadewi & Singaraja (2021) menunjukkan bahwa salah satu strategi pengembangan destinasi wisata yang sedang berkembang saat ini adalah Storynomics Tourism. McKee & Gerace (2018) menjelaskan bahwa, Storynomics mengacu pada praktik bisnis yang berfokus pada narasi untuk meningkatkan hasil ekonomi. Penelitian (Arini et al., 2022) menganalisis tentang storynomics tourism yang diarahkan sebagai cara baru untuk mempromosikan keunikan-keunikan daya tarik wisata yang terdapat di Desa Wisata dengan menceritakan tradisi lisan termasuk sejarah dan nilai-nilai budaya dari kearifan lokal yang terkandung didalamnya.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil sosialisasi dan pelatihan Edu-tourism, masyarakat dan pelaku UMKM sangat terbantu dengan adanya pelatihan ini. Pemahaman masyarakat mengenai wisata edukasi mulai terbuka, dan banyak sekali potensi di Desa Ciburial yang dapat dijadikan wisata edukasi. Secara umum, peserta pelatihan sangat antusias dan termotivasi dalam kegiatan PKM ini dan mereka memahami isi dari materi yang disampaikan oleh narasumber terkait Edu-tourism dan pendekatan storynomic. Namun, berdasarkan dari hasil pengamatan pada saat memberikan sosialisasi dan hasil diskusi dan tanya jawab, terlihat belum adanya sinergitas yang terbangun dengan baik antara Desa, pokdarwis dan juga pelaku umkm. Agar dapat terwujud implementasi wisata edukasi di desa Ciburial dengan maksimal, pentingnya peran Desa dalam membangun sinergitas baik desa, pokdarwis, pelaku usaha dan masyarakat. Mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengembangan Edu Tourism. Dalam jangka panjang kedepan, untuk meningkatkan perekonomian dan juga terciptanya pemberdayaan masyarakat, sosialisasi ini perlu berlanjut dengan adanya pendampingan agar dapat arahan dan juga dukungan dalam implementasi *Edutourism* dan pembuatan paket wisata edukasi sehingga hasilnya akan terlihat perubahan yang signifikan.

## Daftar Pustaka

- Arini, N. N., Aditya, I. W. P., Kartimin, I. W., & Raditya, I. P. T. (2022). Storynomics Desa Wisata: Promosi Desa Wisata Munggu Berbasis Narasi Storytelling. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 7(2), 98–109.
- Binus University. (2021). *Storynomics Model Teknik Bercerita Untuk Promosi Destinasi Wisata*. Jakarta: Binus University.
- Damanik, J. (2009). Isu-Isu Krusial Dalam Pengelolaan Desa Wisata Dewasa Ini. *Jurnal Kepariwisataan Indonesia*, 5(3), 127–137.
- Edison, E. Et al. (2024). *Potensi Desa Wisata Dan Aspek Pendukung: Pesona Desa Wisata Ciburial*. Bandung: Edulitera.
- Edison, E., & Kartika, T. (2024). Pengembangan Storynomic Tourism dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pengalaman Wisatawan di Desa Wisata Ciburial. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(3), 212–220.
- Indrianty, S. & Agoes, A. (2022). *Cireundeu Heritage Great Storytelling; (A manual For English Tourism Story Telling Interpretation of Cireundeu Village)*. Bandung: CV. Jendela Hasanah.
- Kemendparekraf/Baparekraf RI. (2021). *Mengembangkan Potensi Wisata dengan Storynomics Tourism di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.
- Maryani, E. (2020). *Kontribusi Pariwisata Terhadap Pembangunan*. Bandung: STIEPAR Yapari Press.
- Maryani, E., & Indrianty, S. (2020). Pelatihan Edutourism untuk Meningkatkan Pemberdayaan di Desa Wisata. *Jurnal Qardhul Hasan; Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3), 229–236.
- McKee, R., & Gerace, T. (2018). *Storynomics: Story-driven marketing in the post-advertising world*. UK: Hachette.
- Murti, D. C. W., Kusumastuti, Z. R., Handoko, V. S., & Wijaya, A. B. M. (2022). Peningkatan Digitalisasi Pariwisata di Wilayah Desa Purwoharjo, Kulon Progo. *Jurnal Atma Inovasia*, 2(1), 14–19.
- Nugroho, I. (2016). *Perencanaan Pembangunan Ekowisata Dan Desa Wisata*. Jakarta: BAPPENAS Working Papers.
- Ojo, B. Y., & Yusof, R. N. R. (2013). Edutourism : International Student's Decision Making Process in Selecting A Host University In Malaysia . *European Journal of Business and Management*, 5(30).
- Putu, N; Sukmadewi, R; Mpu, S. N., & Singaraja. (2021). Storynomics Tourism: Kualitas Wisata Desa Tenganan Pegriingsan. *Cultoure*, 2(2), 194–203.
- Riyanti, A., et al. (2024). *Menciptakan Harmoni Dalam Membangun Pariwisata*. Bandung: CV. Jelajah Pustaka.

- 
- Saepudin, E., Budiono, A., & Halimah, M. (2019). Pengembangan Desa Wisata Pendidikan Di Desa Cibodas, Kabupaten Bandung Barat. *Sosiohumaniora-Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 21(1), 1–10.
- Sari, I. A. L., Putra, I. N. D., Purnawan, N. L. R., & Suardiana, I. W. (2022). Storynomics Bali Aga: Pemanfaatan Cerita Rakyat Untuk Promosi Desa Wisata Sidetapa, Kabupaten Buleleng. *Jumpa*, 8(2), 721–740.
- Sharma, A. (2015). Educational Tourism: Strategy for Sustainable Tourism Development with reference of Hadauti and Shekhawati Regions of Rajasthan, India. *Journal of Business Economics and Information Technology, ScientificEducation.Org*, 2(4).
- Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). Potensi Pengembangan Desa Kliwonan Sebagai Desa Wisata Batik Di Kabupaten Sragen. *Journak of Regional and Rural Depelovpment Planning*, 2(1), 74–89.
- UNWTO. (2019). International Tourism Highlight 2019 Edition. <https://www.unwto.org/publication/international-tourism-highlights-2019-edition>
- Utama, I. G. B. R. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.